

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh kontribusi dan efektivitas penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) seluruh kota dan kabupaten di Indonesia. Hipotesis yang diajukan adalah kontribusi penerimaan pajak reklame dan efektivitas penerimaan pajak reklame.

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari Badan Pemeriksa Keuangan (BPK). Populasi dalam penelitian ini adalah Pemerintah Daerah seluruh Kota dan Kabupaten di Indonesia tahun 2014. Metode yang digunakan untuk menentukan sampel penelitian adalah metode purposive sampling yaitu laporan realisasi penerimaan pajak reklame dan laporan pendapatan asli daerah tahun 2014. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan pengujian asumsi klasik.

Berdasarkan hasil penelitian analisis data dan pengujian hipotesis, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (tidak terbukti) yaitu kontribusi dan efektivitas penerimaan pajak reklame berpengaruh negatif terhadap PAD seluruh kota dan kabupaten di Indonesia, dengan kata lain hasil dari penelitian ini menerima H_1 dan H_2 yang berarti Kontribusi dan efektivitas penerimaan pajak reklame berpengaruh positif terhadap PAD seluruh kota dan kabupaten di Indonesia.

Kata kunci : *Kontribusi, Efektivitas, Pajak Reklame, dan PAD.*

SUMMARY

The purpose of this research is to get empiric data about contribution and effectiveness of advertisement tax revenue to Regional Income (PAD) at the cities and districts in Indonesia. Independence variable that used in this research are contribution and effectiveness effect of advertisement tax revenue.

This research uses secondary data obtained from Badan Pemeriksa Keuangan (BPK). The population in this research is the local government at cities and districts in Indonesia 2014. The sampling method used for research is purposive sampling method the object is report on the realization of advertisement tax revenues and report of local revenue 2014. The analysis method used in this research is multiple regression analysis with classic assumption test.

Based on the results of research data analysis and hypothesis testing, concluded that H_0 is rejected (not proved), which stated that contribution and effectiveness of advertisement tax revenue have negative effect to regional income at the cities and districts in Indonesia. In other side this research accept H_1 and H_2 that means the contribution and effectiveness of advertisement tax have positive effect to regional income at the cities and districts in Indonesia.

Keywords: Contribution, Effectiveness, Advertisement Tax, and Regional Income (PAD).